

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN YANG MENGGUNAKAN JASA  
PROVIDER INDOSAT IM2  
(Studi Kasus Di Plasa Marina Surabaya)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



**Oleh :**

**RANI DIANTIKA  
0442010134**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2010**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN YANG MENGGUNAKAN JASA  
PROVIDER INDOSAT IM2  
(Studi Kasus Di Plasa Marina Surabaya)**

Disusun Oleh

**RANI DIANTIKA**  
**0442010134**

telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal : 30 September 2010

Pembimbing

Tim Penguji :

Ketua

**Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si**  
**NIP. 195507181983022001**

**Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si**  
**NIP. 195507181983022001**

Sekretaris

**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 19600924193032001**

Anggota

**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196407291990032001**

Mengetahui  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

**Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si**  
**NIP. 195507181983022001**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Menggunakan Jasa Provuder Indosat IM2”**

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak maka tidak mungkin dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Hj Suparwati, Dra, Ec, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Hj Suparwati, Dra, Ec, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Sadjudi, Drs. M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Nurhadi, Drs. M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua Orang Tua yang telah banyak membantu untuk selalu memberi dukungan moril dan materil.
6. Teman-temanku Jurusan Administrasi Bisnis.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis menyadari masih ada kekurangan baik dalam segi teknis maupun segi materi penyusunannya. Untuk itu penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun. Semoga laporan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, September 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Menurut Penelitian .....	8
<b>BAB II HASIL PENELITIAN TERDAHULU .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Pemasaran.....	11
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran. ....	11
2.2.2.2 Konsep Pemasaran.....	12
2.2.2 Jasa .....	14
2.2.2.1 Pengertian Jasa.....	14
2.1.2.2 Sifat-sifat Jasa.....	15
2.1.2.3 Karakteristik Jasa.....	19
2.1.2.4 Klasifikasi Jasa.....	21
2.1.2.5 Macam Jasa.....	22

2.2.3	Pengertian Layanan.....	24
2.2.3.1	Pengertian Kualitas Layanan.....	25
2.2.3.1	Dimensi Kualitas Layanan Jasa..	26
2.2.4	Kepuasan Pelanggan.....	29
2.2.5	Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2.3	Kerangka Berpikir .....	34
2.4	Hipotesis.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
3.1.1	Definisi Operasional.....	37
3.1.2	Pengukuran Data.....	39
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	40
3.2.1	Populasi .....	40
3.2.2	Sampel.....	40
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.3.1	Jenisr Data.....	42
3.3.2	Sumber Data .....	42
3.3.3	Pengumpulan Data .....	42
3.4	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	43
3.4.1	Uji Validitas .....	43
3.4.2	Uji Reliabilitas .....	43

3.5	Teknik Analisis Data .....	45
3.5.1	Deskripsi Data.....	45
3.5.2	Regresi Linier Berganda.....	45
3.6	Pengujian Hipotesis .....	46
3.6. 1	Uji F.....	46
3.6. 2	Uji t.....	48

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

		<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	DataPengguna Jasa Provider Indosat IM2 .....	5
1.2	Jumlah Komplain Pengguna Jasa Provider Indosat IM2 .....	6
2.1	Data Pengguna Jasa Provider Indosat IM2 .....	13
3.1	Skala Pengukuran Data.....	39



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1      Kerangka Berpikir.....	36
Gambar 2      Data Penerimaan / Penolakan Hipotesis	
Secara Simultan.....	48
Gambar 3      Data Penerimaan / Penolakan Hipotesis	
Secara Parsial.....	50

## ABSTRAKSI

### PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG MENGGUNAKAN JASA PROVIDER INDOSAT IM2 (Studi Kasus Di Plasa Marina Surabaya)

Disusun oleh :  
RANI DIANTIKA  
0442010134

Dunia telekomunikasi saat ini mengalami persaingan bisnis yang sangat ketat, baik di kalangan perusahaan telekomunikasi milik pemerintah maupun swasta. Tiap-tiap perusahaan mempunyai strategi masing-masing dalam memuaskan nasabahnya, mulai dari promosi besar-besaran di berbagai media sampai dengan mengadakan undian dengan hadiah yang besar, juga strategi-strategi lainnya.

Penyedia komunikasi juga menyediakan pengembangan-pengembangan teknologi dan infra struktur dari penyedia jasa layanan komunikasi, salah satunya adalah PT. INDOSAT, Tbk yang selalu berusaha untuk memberikan layanan dan jasa terbaik bagi masyarakat Indonesia. Salah satu produk layanan unggulan dari PT. INDOSAT, Tbk adalah Indosat IM2 yang merupakan layanan internet access dengan basis teknologi *asymetric digital subscriber line*, yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan maksimal 384 kbps. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *tangible* / bukti fisik (X<sub>1</sub>), *reliability* / keandalan (X<sub>2</sub>), *responsiveness* / daya tanggap (X<sub>3</sub>), *assurance* / jaminan (X<sub>4</sub>), dan *empathy* / empati (X<sub>5</sub>) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya. Sampel yang diteliti sebanyak 100 orang responden dengan teknik penarikan sampelnya adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda.

Hasil analisis berdasarkan uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa provider indosat IM2. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa provider indosat IM2. Berdasarkan Analisis regresi linear berganda diperoleh korelasi yang cukup kuat antara *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa provider indosat IM2 sebesar 0,636.

Kata kunci : *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan kepuasan pelanggan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam suatu proses keputusan membeli, konsumen tidak akan berhenti hanya sampai pada keputusan mengkonsumsi. Konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi.

Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian produk tersebut. Hal itu dikarenakan konsumen cenderung akan membandingkan harapan dengan apa yang mereka terima setelah mengkonsumsi produk tersebut. Apakah produk itu mampu memberikan kepuasan atau justru memberikan ketidaknyamanan dalam mengkonsumsinya.

Dalam konteks pemasaran jasa kepuasan pelanggan menjadi faktor utama keberhasilan perusahaan dalam menyampaikan jasa. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur bagi perusahaan untuk mengevaluasi sejauh mana keberhasilan proses penyampaian jasa kepada pelanggan.

Dalam dunia bisnis dengan persaingan yang semakin ketat, suatu produk diciptakan dengan kualitas yang baik merupakan suatu tuntutan bagi manajemen perusahaan. Tetapi apakah konsumen puas atau tidak, begitu juga dengan

pelayanannya, merupakan pertanyaan yang harus dijawab oleh pihak manajemen. Karena konsep pemasaran menyebutkan bahwa kunci untuk meraih tujuan perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, serta menciptakan *brand image* pada masyarakat, sehingga konsumen tidak ragu untuk melakukan pembelian ulang.

Hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Perusahaan harus tahu hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Oleh karena itu, pada dekade terakhir kualitas layanan semakin mendapatkan banyak perhatian bagi perusahaan. Hal ini disebabkan karena kualitas layanan dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, jika kualitas layanan yang disampaikan dinilai tinggi oleh pelanggan maka perilaku pelanggan cenderung positif bagi perusahaan dan dapat menarik pelanggan baru, karena pelanggan terpuaskan kebutuhannya. Pada akhirnya melalui kepuasan pelanggan, perusahaan memperoleh keuntungan jangka panjang.

Dunia telekomunikasi saat ini mengalami persaingan bisnis yang sangat ketat, baik di kalangan perusahaan telekomunikasi milik pemerintah maupun swasta. Tiap-tiap perusahaan mempunyai strategi masing-masing dalam memuaskan nasabahnya, mulai dari promosi besar- besaran di berbagai media sampai dengan mengadakan undian dengan hadiah yang besar, juga strategi-strategi lainnya.

Penyedia komunikasi juga menyediakan pengembangan-pengembangan teknologi dan infra struktur dari penyedia jasa layanan komunikasi , salah satunya adalah PT. INDOSAT, Tbk yang selalu berusaha untuk memberikan layanan dan jasa terbaik bagi masyarakat Indonesia. Salah satu produk layanan unggulan dari PT. INDOSAT, Tbk adalah Indosat IM2 yang merupakan layanan internet access dengan basis teknologi *asymetric digital subscriber line*, yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan maksimal 384 kbps.

Layanan Indosat IM2 ini diluncurkan dengan cakupan layanan nasional secara bertahap mulai awal Mei 2006. Pada awalnya beberapa daerah yang sudah dapat dilayani (*first package*) meliputi:

1. Sumatera : Medan, Pekanbaru, Padang, Batam, Palembang, Lampung
2. Jawa : Bandung, Cirebon, Surabaya, Yogyakarta, Solo

Cakupan layanan Indosat IM2 senantiasa terus diperluas ke daerah-daerah lainnya dari tahun 2006 dan tahun-tahun berikutnya untuk memenuhi kebutuhan akses broadband yang telah meningkat pesat. Paralel dengan perluasan layanan akses broadband, Indosatpun akan segera menyiapkan beragam layanan *content*

*broadband*, seperti: *game broadband online*, *video streaming*, *audio download*, *web conferences*, *home surveillances* dan masih banyak lagi.

Dengan semakin gencarnya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan penyedia jasa layanan internet untuk menarik pelanggan, maka perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan. Karena dalam perusahaan jasa, kinerja dari pelayanan merupakan faktor yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi sebuah perusahaan. Karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan akan lahir karena kualitas pelayanan yang baik, dimana kualitas pelayanan yang baik harus mencakup lima unsur kualitas pelayanan, yaitu: *Tangibles* (bukti fisik), yaitu tampilan fisik dari pelayanan yang diberikan, *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, cepat memberi respon terhadap permintaan konsumen, *Assurance* (jaminan), yaitu kemampuan staf dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen, *Emphaty* (empati), yaitu pemberian perhatian secara individual kepada konsumen.

Berikut ini akan disajikan data jumlah pelanggan baru yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Plasa Marina Surabaya periode Mei 2009 – Mei 2010.

Tabel 1.1

Data Pengguna Jasa Provider Indosat IM2 di Plasa Marina Surabaya  
Periode Mei 2009 – Mei 2010

Periode	Pelanggan Baru (Orang)
Mei-09	85
Jun-09	70
Jul-09	90
Aug-09	80
Sep-09	65
Okt-09	54
Nop-09	49
Des-09	35
Jan-09	40
Feb-09	42
Mar-09	29
Apr-09	30
Mei-10	15

Sumber: Plasa Marina Surabaya, Tahun 2010

Berdasarkan Tabel 1.1, diketahui bahwa selama periode Mei 2009 – Mei 2010 telah terjadi penurunan pelanggan baru yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sedikit pelanggan baru yang menggunakan jasa provider Indosat IM2.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan jasa provider Indosat IM2, dapat diketahui dari jumlah kompalin pelanggan. Berikut ini disajikan tabel 1.2 yang menunjukkan data jumlah komplain pelanggan yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 dari Plasa Marina Surabaya dalam 1 tahun terakhir, mulai Mei 2009 – Mei 2010, adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2

Jumlah Komplain Pengguna Jasa Provider Indosat IM2 Di Plasa Marina Surabaya  
Periode Mei 2009 – Mei 2010

Periode	Jumlah Komplain (Orang)	Jenis Komplain (Orang)
Mei-09	12	1. Signal tidak terdeteksi 2. Koneksi lambat 3. Sering putus 4. Masuk ke official website IM2 untuk topup dan aktivasi lama dan sering error 5. Signal tidak merata 6. Voucher IM2 yang susah dicari 7. Pengisian lewat ATM sering tidak berhasil
Jun-09	9	
Jul-09	10	
Aug-09	11	
Sep-09	8	
Okt-09	12	
Nop-09	10	
Des-09	17	
Jan-09	15	
Feb-09	12	
Mar-09	13	
Apr-09	15	
Mei-10	18	

Sumber: Plasa Marina Surabaya, Tahun 2010

Berdasarkan tabel 1.2, dapat diketahui bahwa selama 1 tahun terakhir dari bulan Mei 2009 – Mei 2010 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain pengguna jasa provider Indosat IM2 di Surabaya. (Sumber: Plasa Marina Surabaya, Tahun 2010).

Terjadinya penurunan penurunan pelanggan baru yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya dan kecenderungan kenaikan pada jumlah jumlah komplain pengguna jasa provider Indosat IM2 di Surabaya merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya. Banyak hal yang menjadi penyebab dari hal tersebut, salah satunya adalah buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak jasa provider Indosat IM2 kepada konsumennya.



Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Menggunakan Jasa Provider Indosat IM2 (Studi Kasus Di Plasa Marina Surabaya)”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut ,maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan perumusan masalah dapat dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya.

2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan nantinya diharapkan dapat menjadi kontribusi serta manfaat bagi perusahaan antara lain:

1. Kontribusi Praktis

Kontribusi praktis merupakan kontribusi hasil penelitian bagi atau praktik pada umumnya, terutama berkaitan dengan alternatif pemecahan masalah yang mungkin dapat diambil.

Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Indosat untuk kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan jasa provider Indosat IM2.

2. Kontribusi Teoritis

Kontribusi teoritis merupakan kontribusi hasil penelitian dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.

Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa provider Indosat IM2 di Surabaya sebagai penerapan ilmu

pengetahuan dan teori yang penulis dapatkan dibangku kuliah dengan praktek secara langsung.